



校园二手书交易平台产品方案设计

校园二手书交易平台开发项目

组长：李威 20182131115

组员：吴隽宏 20182131042

日期：2020 年 10 月 10 日

摘要

大学生在学习生活中积累了很多旧书籍,或是用过的课本,或是看完的小说,也可能是一时兴起购买的画册,这些旧书可能不会再被翻阅,却又霸占着宿舍寸土寸金的空间;另一方面,不少学生对心仪的书籍渴求已久,但苦于生活费有限,只能对着高昂的价格望而却步,若能用低廉的价格得到心仪的书籍,又让卖方合理地清理了旧书籍,岂不一举两得。

现有的二手商品交易平台龙蛇混杂,交易时卖家的商品和身份难以捉摸,总是让人心里没底。但如果将交易群体限定在大学生甚至同一校园内,交易质量可以很好的得到保障,同时也方便校园书友交流,畅通了校园阅读风气的流通。

关键词: 二手平台 快速部署 容易推广

目录

一、	项目实行可行性报告.....	4
(一)	行业市场分析.....	4
(二)	竞争对手或同类产品分析.....	4
(三)	自身条件分析.....	4
二、	产品定位及目标.....	4
(一)	总体概述.....	4
(二)	目标系统.....	5
(三)	边界定义.....	5
三、	产品内容总策划.....	5
(一)	应用流程规划.....	5
3.1.1	主界面.....	5
3.1.2	书籍详情页.....	5
3.1.3	个人主页.....	6
(二)	设计与测试规范.....	6
3.2.1	设计规范.....	6
3.2.2	测试规范.....	6
(三)	开发日程表.....	6
四、	技术解决方案.....	7
五、	推广方案.....	7
(一)	营销策略.....	7
(二)	营销组合.....	7
六、	运营规划书.....	8
(一)	市场运营.....	8
(二)	用户运营.....	8
(三)	商务运营.....	8
(四)	内容运营.....	8

一、 项目实行可行性报告

（一）行业市场分析

在校园生活中，每一个新的学期，学生都需要购买新课程的课本和处理旧课程的课本，以往，学生会选择购买全新的课本，然后将废旧书本当作废纸处理。经调查发现，在选择某些书籍过程中，学生更乐意购买一些价格低廉的二手书籍，同时出售一些仍有利用价值的旧书籍以换取一定的金额回报。所以我们提出了校园二手书交易平台。

（二）竞争对手或同类产品分析

目前同类产品主要有阿里巴巴的闲鱼和华星帮帮，前者目标人群为全国人民，卖家与买家难以见面沟通，容易产生欺诈行为，并且产品内容非常繁杂。而后者主要针对大学生，但其功能也非常繁杂，不够专一。

（三）自身条件分析

我们的二手书平台目前服务对象为华师师生，且更专注于二手书籍。我们的目的专注于建立校园二手书交易平台，实现校园书籍在买方和卖方之间自由交易，实现二手书籍在校园内高效流通从而达到高效利用的目的。平台不参与买卖双方的交易过程，买卖双方可以在平台上进行沟通，自由交易。提供二手书籍的发布平台，卖方可以在平台上自由地上架和下架二手书籍。

二、 产品定位及目标

（一）总体概述

为了促使二手书籍在校园内高效流通，我们提出校园二手书交易平台。在此平台上，二手书籍可以在买方和卖方之间自由交易，从而达到提高二手书籍利用

率的目的。

（二）目标系统

建立校园二手书交易平台，实现校园书籍在买方和卖方之间自由交易，实现二手书籍在校园内高效流通从而达到高效利用的目的。

1、建设二手书籍自由交易沟通平台

平台不参与买卖双方的交易过程，买卖双方可以在平台上进行沟通，自由交易。

2、建设二手书籍分享平台

提供二手书籍的发布平台，卖方可以在平台上自由地上架和下架二手书籍。

（三）边界定义

本系统专注于校园的内二手书交易，以便保障交易的质量；暂不接受校外人士交易，且交易商品限定为二手书籍。

三、 产品内容总策划

（一）应用流程规划

3.1.1 主界面

主界面可以浏览已上架的书籍，包括其缩略图、简介、价格、发布者，点击书籍可以进入书籍详情页。

3.1.2 书籍详情页

书籍详情页包含上架书籍的图片、详细介绍、评价、价格和发布者，在书籍详情页可以收藏书籍，或通过发布者的联系方式联系卖家。

3.1.3 个人主页

对于自己的主页，可以查看浏览记录、收藏书籍和购买记录；对于他人的主页，可以看到该用户已上架的书籍、用户收藏的书籍、联系方式。

（二）设计与测试规范

3.2.1 设计规范

高内聚、低耦合。便于任务分工、系统健壮性的提升和系统后续的扩展。

用户界面友好。重要功能（收藏书籍等）应当在两次或更少点击后可达，减少用户学习成本和使用系统中的困惑。

3.2.2 测试规范

单元测试。应该对每个独立模块设计测试用例，尽可能考虑所有可能的处理流程与出错情况。

集成测试。对由多个模块组成的集成系统，应当单独测试它的可用性和健壮性。

（三）开发日程表

表 1 开发日程表

起始时间	截止时间	日程安排
第一周	第六周	构思产品思路、撰写方案
第六周	第八周	设计与原型实现
第八周	第十四周	具体功能实现
第十四周	第十六周	优化界面设计
第十六周	第十八周	装备展示

四、 技术解决方案

前台使用 Android APP，后台使用 flask，数据库使用 SQL Server。

五、 推广方案

（一）营销策略

1. 品牌策划

- 1) 品质形象：简明的操作界面。
- 2) 价格形象：将价格标注明显。
- 3) 通路形象：一开始争取与学校各社团合作，扩大宣传范围。
- 4) 顾客形象：产品为大众服务。
- 5) 产品分析：产品有助于帮助买家和卖家更加真诚地沟通，减少因信息不透明导致的麻烦。
- 6) 品牌机会：目前仍少出现类似的产品。

2. 营销重点

从院级向校级逐步宣传，取得用户的好评。

（二）营销组合

1. 产品策略

产品要坚持服务为主的原则，以优化师生的交易体验为第一要义，同时程序设计要简洁大方，在程序主界面要加上自己公司的 logo，扩大品牌影响力。

2. 价格策略

根据运营成本以及人工费用，确定出大致的经费预算，由于在创业初期阶段，首先需要提高产品的公众认知度以及提高市场竞争力，所以交易抽成不应该定的太高，在利用薄利多销提高自己的影响力和竞争力之后，可以利用市场调查来逐步提高抽成比例。

3. 渠道策略

- 1) 前期可以不收取交易抽成，先依靠同学们的口碑扩大产品影响力
- 2) 可以向学校招收一些口才很好的大学生作为我们公司的业务员，让他们向社会宣传我们公司，增加公司的影响力

4. 促销策略

- 1) 在新生开学季，可以倡导卖家进行打折或其他优惠活动
- 2) 可以和校外二手书商合作，扩大平台的二手书种类及备货量。

六、 运营规划书

（一）市场运营

后期向其他学校扩展时，可以通过调研，对市场进行细分，针对不同城市（城市发展规模、经济现况等）的学校采用不同的运营方案，通过各种方式提高产品在不同城市的曝光率与使用率。

（二）用户运营

在研发期间，对产品进行宣传，让广大师生感受到该二手书平台能够为自己学习生活所能带来巨大的便利，进而对于日后产品的普及带来便利。

（三）商务运营

采用商务运营的方式可以是多种多样的，但根本目的还是为了吸引用户。我们可以通过商务运营的推广方式拉二手书商入驻。

（四）内容运营

优化平台使用体验，在当今时代，唯有提升自我，方才能够在日新月异的市场中站稳脚跟。产品推广是必要的，但我们应该把更多的精力放在产品本身之上，唯有如此才能在竞争中取得优势。